

人行：金融撐樓市已見積極效果

2022年金融街論壇年會21日在北京開幕，一行兩會官員出席年會開幕式，表態支持房地產行業健康發展。中國人民銀行（人行）行長易綱表示，房地產業關聯很多上下游行業，其良性循環對經濟健康發展具有重要意義。當前房地產市場出現了一些調整，央行配合有關部門和地方政府，「一城一策」用好政策工具箱，降低個人住房貸款利率和首付比例，支持剛性和改善性住房需求。

◆香港文匯報記者 海巖 北京報道



易綱表示，人行將配合有關部門和地方政府，「一城一策」用好政策工具箱，降低個人住房貸款利率和首付比例。

針對前期一些房企風險暴露導致逾期交房，我們已出2,000億元（人民幣，下同）「保交樓」專項借款，支持已售住房的建設交付，並研究設立鼓勵商業銀行支持「保交樓」結構性政策工具。

易綱同時提到，最近擴大支持民營企業發債的「第二支箭」，為民營企業提供風險分擔，民營房地產企業也在支持範圍以內。

一同出席2022年金融街論壇年會的人行副行長、國家外匯管理局局長潘功勝在發言中亦表示，金融部門出臺多項金融支持政策，配合房地產市場主管部門和各地政府，支持剛性和改善性住房需求，保持房地產融資平穩有序，加大保交樓金融支持力度，保護住房消費者合法權益，堅決阻斷、弱化風險外溢，穩定市場預期和信心。「上述政策較好地發揮了逆周期調節的作用，產生了積極的市場效果。」

在資本市場方面，中證監主席易會滿在談及服務實體經濟時特別指出，當前要密切關注房地產行業面臨的困難挑戰，「支持實施改善優質房地產資產負債表計劃，繼續支持房地產企業合理債券融資需求，支持涉房企業開展併購重組及配股融資，支持有一定比例涉房業務的企業開展股權融資。」

另外，人行21日發布消息指，人行、銀保監會聯合召開全國性商業銀行信貸工作座談會，要求全面落實房地產長效機制，因城施策實施好差別化住房信貸政策，支持剛性和改善性



人行表示要用好民營企業債券融資支持工具支持民營房企發債融資。

住房需求。保持房地產融資平穩有序，穩定房地產企業開發貸款、建築企業貸款投放，支持個人住房貸款合理需求，支持開發貸款、信託貸款等存量融資在保證債權安全的前提下合理展期。用好民營企業債券融資支持工具（「第二支箭」）支持民營房企發債融資。完善保交樓專項借款新增配套融資的法律保障、監管政策支持等，推動「保交樓」工作加快落實，維護住房消費者合法權益，促進房地產市場平穩健康發展。

全面落實房地產長效機制

另外，人行21日發布消息指，人行、銀保監會聯合召開全國性商業銀行信貸工作座談會，要求全面落實房地產長效機制，因城施策實施好差別化住房信貸政策，支持剛性和改善性

住房需求。保持房地產融資平穩有序，穩定房地產企業開發貸款、建築企業貸款投放，支持個人住房貸款合理需求，支持開發貸款、信託貸款等存量融資在保證債權安全的前提下合理展期。用好民營企業債券融資支持工具（「第二支箭」）支持民營房企發債融資。完善保交樓專項借款新增配套融資的法律保障、監管政策支持等，推動「保交樓」工作加快落實，維護住房消費者合法權益，促進房地產市場平穩健康發展。

香港文匯報訊（記者 岑健樂）特許公認會計師公會（ACCA）宣佈夥拍螞蟻集團共同促進新一代金融科技專業人才發展。ACCA與金融科技培訓平台10×1000 Tech for Inclusion簽署合作備忘錄，ACCA香港會員將可獲預先批准及免費報讀名為10×1000 Fintech Foundation Programme Flex的為期三周之基本金融科技速成課程。完成課程後，將可繼續獲取10×1000最新金融科技發展的持續學習內容，以及加入其同學會網絡，該網絡由數以千計來自世界各地的金融科技和數碼經濟專業人士組成。

ACCA中國總監梁淑屏表示，人才是維持香港金融科技競爭力的核心，香港現在當務之急，是物色更多精通金融科技的人才，以加速數碼轉型及填補數碼技能的空缺。至於螞蟻集團高級總監兼10×1000項目負責人Jason Pau則表示，是次體現螞蟻對發展新一代金融科技專業人才的持續承擔。

中國5城擬建科創金融改革試驗區

香港文匯報訊 中國人民銀行、中國發改委等八部委21日聯合印發《上海市、南京市、杭州市、合肥市、嘉興市建設科創金融改革試驗區總體方案》（以下簡稱《總體方案》）。

聚焦金融支持長三角協同創新

《總體方案》目標通過5年左右時間，將上海市、南京市、杭州市、合肥市、嘉興市科創金融改革試驗區打造成科創金融合作示範區、產品業務創新集聚區、改革政策先行先試

區、金融生態建設樣板區、產城深度融合領先區。

《總體方案》指出，將推動上海國際金融中心和具有全球影響力的科技創新中心核心功能再上新台階，深入推進南京市建設引領性國家创新型城市，杭州市建設國內現代科創金融體系的實踐窗口和金融服務科技創新發展的示範基地，合肥市打造具有國際影響力的科技創新策源地和新興產業聚集地，帶動嘉興市爭創長三角科技成果轉化高地和科創金融一體化服務

基地。

《總體方案》又指，將着眼金融、科技和產業良性循環與互動，緊扣科技高水平供給和區域高質量發展，以金融支持長三角協同創新體系建設，加快構建廣渠道、多層次、全覆蓋、可持續的科創金融服務體系為主線，就健全科創金融機構組織體系、推動科創金融產品創新、充分利用多層次資本市場體系、推進科技賦能金融、夯實科創金融基礎，且扎實推進金融風險防控7個方面提出19項具體政策措。

工銀亞洲完成首筆社會責任貸款

香港文匯報訊 中國工商銀行（亞洲）完成首筆社會責任貸款，擔任牽頭行為一間亞洲大型政策性銀行籌組3億美元銀團貸款，顯示該行對環境、社會、企業管治ESG融資的支持，並反映工銀亞洲持續豐富ESG貸款產品類型和拓寬業務範圍，為未來加快相關業務發展，不

斷提升綠色金融服務能力打下基礎。

工銀亞洲主席兼執行董事高明表示，工銀亞洲積極加強「綠色金融」創新發展，並將此理念全面融入全行發展戰略和業務營運中，將持續加強對節能環保、清潔能源、生態環境及綠色基礎設施升級方面的信貸支持力度。

恒大武漢11宗地塊被無償收回

香港文匯報訊 武漢市江夏區自然資源和規劃局18日公告稱，無償收回中國恒大境內子公司的11宗未使用土地的使用權，總面積約134.5萬平方米；中國恒大曾計劃在此打造「恒大科技旅遊城」，不

過，從用地屬性來看，其中八宗為住宅用地，總面積近100萬平方米。

據媒體此前報道，恒大科技旅遊城項目由恒大於2017年從嘉凱城手中獲得，掛牌價為56億元人民幣。

社會復常 54%港人料聖誕消費增加

香港文匯報訊（記者 莊程敏）聖誕節一向是港人消費的「血拚」時間，雖然新冠肺炎疫情仍未結束，但受惠香港特區政府調整防疫措施，社會復常，及派發消費券等利好因素帶動，市民消費意慾有增無減。21日公布的一項調查顯示，超過五成受訪市民（54%）預計今年聖誕個人消費會增加，超過三成受訪者（34%）表示消費會與去年相同，只有12%受訪者會縮減消費。調查又指，隨着疫情的殺傷力持續減低，市民重回實體店購物需求有所回升，增加市民消費意慾。

平台，以科技提升購物體驗以及更精準的數碼營銷策略。

綜合電商平台使用趨升

梁耀宗續指，隨着疫情穩定，市民於餐飲消費持續增加，建議有關部門推出更多相應措施，幫助飲食業加快復甦之餘，繼續奠定香港美食之都的美譽。儘管使用實體商店購物仍佔大比率，個別綜合電商平台之使用有持續上升的趨勢。營銷人員應按不同產品的特性，配合不同O+O（線下及線上）營銷渠道，從而增加營業額。電子錢包的市佔率多寡，取決於夥伴合作的策略，是吸引消費者使用的最重要一環。

近七成成人選擇外出購物

對於今年聖誕購物及消費意向，46%受訪者預計會選擇到商場內的商店，21%選擇在零售店舖消費，花費在網購的佔31%，比去年增加，估計是隨着疫情緩和，社交距離措施放寬，市民安心外出消費導致用餐、

購物、看電影甚至戶外運動等這些活動都較去年增加超過四成以上。

被問及購買不同類型產品的渠道，近七成受訪者表示購買機票或酒店住宿類別，會在商店的專屬網店、團購/代購網站或平台，以及綜合電商平台選購。至於美容及化妝品類別，比較少人選擇在直播帶貨平台購買。大約有六成受訪者表示仍然會去實體店選購食品、飲品、傢具及家居用品，原因是受訪者需要接先觸貨品及向店員面對面查詢清楚後才購買，喜歡逛街購物的過程（54%）。

調查又顯示，最能吸引受訪者於聖誕到商場購物的主要原因是商場推出的購物折扣和優惠，如免費停車、美食廣場的折扣等（65%），令消費者可盡情購物，其次是商場更早上場的促銷活動（51%）及提供購物大抽獎（49%）。而商場消費儲積分計劃，都是受訪者考慮的因素之一。

支付寶為最常用支付工具

另外，網上購物已經成為市民日常生活的一部分，調查顯示受訪者在過去六個月的消費模式，網上消費漸趨成熟，接近九成受訪者表示曾在網上購物，19%更是平均每星期網上購物至少一次。四成以上的市民曾用大型商場設立的網上平台提供的服務，甚至76%曾使用網上平台提供訂餐或用自取平台服務。調查顯示支付寶（Alipay）是最常用的電子支付工具，使用率超過六成（66%），其次為PayMe，使用率增長最為顯著上升達五成而升至第二位，八達通跌至第三位（48%）。資料亦顯示，至少三分之一受訪者表示單次付款限額可達1,000港元，顯示他們對使用電子支付非常安心。

◆調查顯示，最能吸引受訪者於聖誕到商場購物的主要原因是商場推出的購物折扣和優惠。

中通社

加強數碼營銷迎合新消費習慣

香港文匯報訊（記者 莊程敏）疫情改變着人們的消費習慣，21日調查亦顯示香港市民花費在網購方面佔達31%，新城電台的活動環節亦特別安排專家傳授在入灣區市場是有優勢，但在「門價錢」方面則可能比較吃虧。

和記電訊（香港）個人市場銷售副總裁黃興全認為，大數據對於數碼營銷很有幫助，因可更精準地掌握個別顧客的生活喜好和需要，但數據並不是愈多愈好，而是需要找出合適及有價值的數據，將其轉化成「盈利」。而在找數據的過程中需要不斷嘗試，因消費行為會不斷改變，是一個動態的過程，才能獲得新的靈感。

網絡營銷需拓展顧客忠誠

香港資科技商會榮譽會長方保僑指出，社交網絡的互動對數碼營銷是有幫助的，但要將其與顧客忠誠計劃上關係，讓企業與消費者建立一個長期的關係。至於元宇宙等新科技目前在港仍未算全面化，建議企業留意相關發展再制訂出適合自己的策略。

